



中国企业管理研究会年度报告(2007~2008)

中国企业持续 成长研究报告

中国企业管理研究会 编
中国社会科学院管理科学研究中心

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国企业持续成长研究报告/中国企业管理研究会, 中国社会科学院管理科学研究中心编. —北京: 中国财政经济出版社, 2008. 5

ISBN 978-7-5095-0604-2

I. 中… II. ①中…②中… III. 企业经济—可持续发展—研究—中国
IV. F279.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 045017 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行处电话: 88190406 财经书店电话: 64033436

××印刷厂印刷 各地新华书店经销

787×1092 毫米 16 开 29.5 印张 448 000 字

2008 年 月第 1 版 2008 年 月北京第 1 次印刷

印数: 1— 定价: 元

ISBN 978-7-5095-0604-2/F·0496

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

《中国企业持续成长研究报告》

编委会主任：陈佳贵

编委会委员（按姓氏笔画排列）：

王锡林 王煌今 王天义 刘兴汉 刘如军 刘迎秋 刘晓明
李维安 李海婴 杜自弘 吴照云 吴 易 陈建成 郑文平
张国有 赵纯均 郑海航 林 健 徐二明 席酉民 党兴华
高 闯 黄速建 黄群慧 傅育宁 廖元和

主 编：陈佳贵

副主编：黄速建 黄群慧 王 钦

作 者（按姓氏笔画排列）：

马燕翔 孔 丰 王凤洲 王吉生 王 成 王贞洁 王 芳
王 钦 王晓光 田姝媛 刘光明 刘 冰 刘 刚 刘 胜
刘 莉 刘 露 吕立伟 孙俊华 许晓明 吴照云 张小宁
张承耀 张英华 张家瑞 张晓霞 张继林 李东升 李好好
杨克泉 杨俊青 沈维涛 沙 彬 邱丽杰 陈传明 陈 涛
陈 啸 罗 珉 姚丹林 洪晓星 胡大立 贺利平 党兴华
徐向芝 徐 炜 徐英吉 袁美琴 郭媛媛 屠巧平 曹翠珍
曹德骏 黄苏萍 黄昊宇 黄速建 黄群慧 谢智勇 熊正德
熊胜绪

序 言

中国企业管理研究会会长 陈佳贵
中国社会科学院副院长

党的十六届三中全会完整地提出了科学发展观，提出要“坚持以人为本，树立全面、协调、可持续的发展观，促进经济、社会和人的全面发展”；强调按照五个统筹的思路，推进改革和发展。可以说，科学发展观的提出为中国企业赋予了新的历史使命。企业不仅是市场经济的微观主体，同时还是具体落实科学发展观的载体。“发展”和“协调”是科学发展观的重要内涵，无论是作为中国经济持续增长的重要支撑，还是作为协调各方利益的主体，企业都扮演着重要的角色。从这个意义上讲，企业持续成长就是对科学发展观的实践和深入贯彻。因此，“企业持续成长问题”的研究具有重要的时代意义和战略意义。

同时，“企业持续成长问题”既是一个“长兴不衰”和“世界性”的话题，对中国企业而言，也是具有许多“新含义”和强烈的“中国特色”的问题。当学者们，一方面面对企业的高消亡率，在欧洲和日本，公司的平均生命周期为 12.5 年，每过 12 年左右

《财富》500强企业中就有1/3被兼并或分裂。另一方面，又面对大量“长寿企业”的存在，在欧洲、北美和日本，寿命在100年以上的公司有30家，例如，杜邦、葛兰素、柯达、三井、住友和西门子，等等。面对“短寿”与“长寿”企业并存的事实，企业持续成长问题就成为一个长期探讨的热点问题。但是，就中国企业而言，尤其是在改革开放三十年即将到来这一特定历史时期，变革的企业外部环境，快速推进的工业化进程，中国企业国际化进程的加速，资源和环境约束日益加强，等等这一系列因素，都构成了“中国企业持续成长问题”研究的“特殊性”和“中国特色”。在这里，我想谈几点不成熟的看法。

第一，快速变革的环境是研究中国持续成长问题的基本背景。改革开放以来，中国企业的外部竞争环境经历了从计划与市场并存的过渡阶段，到社会主义市场经济体制初步建立阶段，再到社会主义市场经济体制完善阶段。可以说，以改革开放为主线，从“计划经济体制”向“社会主义市场经济体制”转变，从“行政管理”向“市场竞争”转变，从“政企不分”向“企业成为市场经济的主体”的转变，是中国企业制度环境变迁的最大特征。

在经济体制变迁的过程中，中国企业的市场竞争环境也发生了剧烈的变化。一是市场供求状况发生了巨大变化。20世纪90年代中后期以来，国内市场也由“短缺”向“相对过剩”转变，由“供不应求”向“供大于求”转变。二是形成了新的市场竞争格局。伴随着国有企业改革的深化，非公有经济的迅速发展以及跨国公司的大举进入，国内市场竞争程度迅速加剧，并形成了国有企业、非公有企业和跨国公司之间“多元化”的市场竞争格局。三是资源、环境约束和产能过剩又构成了企业外部市场竞争环境的新特征。初步测算，2020年中国一次能源消耗量将达到30亿吨标准煤，其中，煤炭22亿吨，石油4.2亿吨，天然气2000亿立方米，同时，由于国际原油价格持续高涨，并且降价的前景仍旧不明朗，所以我国企业未来的发展可能会因为原材料供给的冲击而形成运营成本上升、利润空间下降的局面。另外，值得强调的是，近年来一些行业不同程度地出现了产能过剩的问题，例如，钢铁、电解铝、铁合金、家电等。

因此，我们需要在把握经济制度和市场竞争环境变迁的基础上，来深入开展“中国企业持续成长问题”研究。

第二，战略管理水平滞后是制约中国企业持续成长的主要瓶颈。“战略迷失”是我国许多企业成长过程中普遍存在的问题。纵观改革开放以来中国企业近三十年的成长，有相当一部分企业从最初完成原始积累，到专心发展主业，再到“多元化”发展，迈过了一道道坎坷，企业的规模不断扩大，并具有了一定的市场地位。例如，“联想”、“海尔”等这些成功的企业，都是这样一步步走过来的。尽管这些幸存者一次次绕过激流险滩，但是，在今天又面对着新的成长瓶颈。这种企业成长的瓶颈内生于原有企业成长思维的惯性，“机会导向”和“一招鲜”的做法一直是引导中国企业成长的主流思维。

面对变革的市场环境，“机会导向”和“一招鲜”的做法日益受到挑战。行业进入壁垒的逐步提高使“机会导向”所谓的“跑马圈地”、“快速进出”、“把握先机”的特点并不能够得到充分发挥；消费者行为的理性化使企业所常用的“价格战”、“广告战”、“终端战”等招术收效甚微；跨国公司本地化能力的增强无疑也使“一招鲜”和“机会导向”的冲击力大大降低。因此，我国企业亟需培养与新的竞争环境相适应的成长思维，即由传统的“机会导向”转向“战略导向”。

近年来，这一观点得到了充分的验证。对中国制造企业而言，资源约束是最大的特征。电力、煤炭、石油、钢铁、铝、铜、乙烯等重要能源和原材料价格的上涨，使中国企业遇到了巨大的挑战。相当一部分企业，一方面要面对企业上游原材料价格的上涨导致制造成本提高，另一方面还要面对同质化竞争导致的产品市场价格的持续低迷。

早在 20 世纪 90 年代末，我就从企业生命周期的视角对企业“持续成长问题”进行过研究，并在对企业生命周期进行划分的基础上，研究了处于生命周期不同阶段的企业对外部的适应和匹配过程，强调了企业处于不同阶段的战略选择。事实上，经过了改革开放近三十年的发展，我国许多企业正处于“蜕变期”阶段，能否完成从“机会导向”向“战略导向”的转变，提高企业战略管理水平，将对企业保持持续成长具有决定性的影响。

第三，培育和提升企业创新能力是中国企业持续成长的核心内容。从工业化进程来看，世界各国的工业化进程一般都呈现出：从轻加工业阶段，到重化工业阶段，再到技术集约化阶段的阶梯式发展规律。近年来，我主持了

中国社会科学院重大课题《中国工业化进程》的研究，通过对中国工业化进程的综合评价分析，得出结论：如果将整个工业化进程按照工业化初期、中期和后期三个时期划分，并将每个时期划分为前半阶段和后半阶段，那么，目前中国正处于工业化中期的后半阶段。也就是许多学者所说的重化工业化阶段中的高加工度化时期。未来，中国工业化方向必然在完成了重化工阶段之后，向着技术集约化阶段迈进。

实际上，这也就为中国企业可持续成长提出了新的命题，那就是如何顺应这一发展方向，提升企业创新能力，顺利步入技术集约化阶段。但目前，我国企业对外技术的依存度依然超过 50%，全国还有 99% 的企业连一件专利都没有，80% 以上的高技术产品还是要依靠进口。另据国家统计局资料显示，目前我国 2/3 的大中型企业没有自己的科研开发机构，3/4 的企业没有科研开发活动。大量的企业都还是依靠外国的技术，或者依靠其他企业开发的技术在生产。重生产、轻研发，重引进、轻消化，重模仿、轻创新，“三重三轻”的问题依然比较突出。

因此，如何通过培育和提升创新能力，推进我国企业从数量型增长向质量型增长模式转变，从粗放式经营向集约式经营转变，从低端制造向高端制造转变，就成为中国企业可持续成长的核心内容。

第四，企业家精神与企业文化的升华将是中国企业持续成长的不竭动力。企业家精神和企业文化是企业的灵魂，是企业核心竞争力的重要来源，是企业持续成长的不竭动力。纵观国内外优秀企业，其领导者无一不具有优秀的企业家精神，无一不具有独一无二的企业文化，无一不重视企业文化建设。

企业家与企业相伴而生，企业家精神与企业文化紧密联系，不可分离。通常认为，企业文化的初期阶段就是企业家精神的直接体现，作为企业文化的重要来源，企业家精神直接影响企业文化的发展路径。从理论上讲，企业家精神形成的因素有很多，但最主要的有五种，即文化环境、时代精神、社会政治经济体制、家庭和企业家自身情况。可以说，悠久的历史文化遗产、变革的时代精神、经济体制的改革这些因素共同作用造就中国丰富的企业家资源。

此为试读，需... 纵观中国企业文化的演进，在如火如荼的社会主义建设阶段，“高度一

致”的口号曾经是那个时代企业文化的标签；在计划经济向市场经济转型的文化阵痛期，打破旧体制遗留下来的思维惯性和羁绊，倡导“改革”、“转型”成了这一阶段企业文化的特征；在市场经济初步建立阶段，面对知识经济大潮，“创新”和“学习”成为这一阶段企业文化的特征。因此，伴随时代的发展，企业环境的变化，也必然要求企业家精神和企业文化与时俱进和升华，为中国企业持续成长提供不竭的动力。

本报告由“中国企业持续成长问题学术研讨会”暨中国企业管理研究会2007年会会议论文编辑而成。这次学术会议是由中国企业管理研究会、山西财经大学工商管理学院、中国社会科学院管理科学研究中心于2007年9月22~24日在太原市召开的。本报告的具体编辑工作是由黄速建、黄群慧、王钦三位同志完成的。我们相信这些研究成果能够对中国企业持续成长问题的研究和实践起到一定的促进作用。

目 录

总 论	中国企业持续成长研究：基本理论、 实践选择与案例分析.....	(1)
第一篇 中国企业持续成长的基本理论研究		
第一章	决定企业持续成长的竞争优势源泉： 多重理论视角分析及其内在一致性	(17)
第二章	基于动态环境的企业成长函数探析	(34)
第三章	基于动态核心能力的企业持续成长 机理研究.....	(53)
第四章	企业成长的路径依赖与克服.....	(64)
第五章	基于“变异”视角的企业持续成长 模式.....	(73)
第六章	基于网络创新视角的企业持续成长 模式.....	(85)
第七章	创建高信任组织与企业持续成长.....	(96)
第八章	民营企业成长过程中的控制权配置 研究.....	(108)
第九章	技术和制度创新与企业持续成长性 研究.....	(117)

第十章	企业家精神与中国中小企业持续成长的关系.....	(127)
第十一章	企业家社会资本与公司绩效关系.....	(143)
第十二章	企业持续成长的文化基础.....	(166)
第十三章	风险企业控制权结构与企业成长能力的典型相关性分析	(179)

第二篇 中国企业持续成长的实践选择

第十四章	我国民营上市公司持续成长影响因素的实证研究.....	(193)
第十五章	中国企业持续成长中面临的主要问题 ——股权结构、控制权收益与控股股东行为的实证研究	(205)
第十六章	非国有企业持续成长中的“民工荒”问题.....	(217)
第十七章	信息不对称对上市公司债务期限结构影响的实证研究.....	(228)
第十八章	基于企业持续成长的开放式技术创新模式研究.....	(238)
第十九章	企业成长过程中的投融资策略 ——基于企业生命周期理论的视角.....	(251)
第二十章	我国民营企业可持续成长与多元化经营战略研究.....	(261)
第二十一章	基于营销价值的企业可持续成长路径探讨.....	(268)
第二十二章	基于顾客价值的企业差异化战略路径探析.....	(278)
第二十三章	中国企业实施可持续发展战略的支撑措施研究.....	(291)
第二十四章	中国电子产品逆向物流现状及优化对策.....	(299)
第二十五章	基于可持续发展的绿色物流体系构建与实施.....	(309)
第二十六章	基于可持续发展的绿色会计建设.....	(319)
第二十七章	会计公允价值标准的运用对我国保险企业可持续发展 的影响.....	(327)

第三篇 中国企业持续成长的案例分析

第二十八章	战略演进、能力提升和文化协同 ——尖峰集团可持续成长分析.....	(337)
第二十九章	山西三佳煤化有限公司持续成长之路.....	(353)

第三十章	高新技术企业成长过程的战略成本控制模式	
	——来自 LJ 公司的调查	(365)
第三十一章	国有煤炭企业可持续发展战略模式分析	
	——基于对铁法煤业的研究.....	(384)
第三十二章	企业持续成长中的战略转型分析	
	——基于中外商贸企业的研究.....	(396)
第三十三章	企业成长的“另类模式”特征分析	
	——基于对“小巨人企业”的研究.....	(409)
第三十四章	中国公司向发达国家直接投资	
	——基于资源理论的多重案例研究.....	(422)
第三十五章	中国企业持续成长中的企业迁移现象	
	——基于对浙江企业的分析.....	(438)
附录	“光辉的足迹”	
	——中国企业管理研究会大事记.....	(450)

总 论

中国企业持续成长研究： 基本理论、实践选择与案例分析

在市场化、国际化和工业现代化的背景下，一方面是中国企业由小到大，由弱变强，从国内经营走向国际化经营，不断走向成熟；另一方面是中国企业的外部经营环境正在发生着飞速的变化，一些企业在经历了一段时期的成长之后，由于不能适应变革的环境而“淡出”市场。因此，在变革的环境下寻求中国企业的可持续成长之路，就成为当前理论界和实务界的重要议题。

在社会关注中国企业持续成长问题并积极实践的同时，相关的理论研究还较为滞后。从研究的角度看，究竟什么是企业持续成长的源泉？企业持续成长的内在机制是什么？如何理解企业持续成长函数？企业持续成长的模式是什么？以及影响企业持续成长的因素有哪些？等等，这一系列基本理论问题还有待深

入探讨。同时，中国企业发展到今天，企业成长的现状如何、到底处于什么阶段、企业的成长环境如何、企业成长中存在哪些现实问题，未来中国企业持续成长的战略选择是什么等一系列实践问题也亟需研究和回答。

基于理论研究和实践操作的要求，本研究报告的逻辑主线是：以企业持续成长基本理论问题研究为基石，客观评价和深入分析中国企业持续成长的现状和问题，进而探讨中国企业在实践中的战略选择问题。最后，运用案例研究方法，对中国企业持续成长历程、战略行动特征和持续成长中的相关问题进行全景式剖析，为中国企业的持续成长提供更加具体和可供借鉴的经验。

一、企业持续成长的基本理论

关于企业持续成长的基本理论研究，本报告第一篇主要围绕着以下三个方面展开：一是如何理解企业的持续成长？即企业持续成长的源泉是什么？如何刻画企业成长函数？企业持续成长的机理是什么？二是企业持续成长的模式分析，即从不同视角来探讨企业持续成长的模式，例如，基于“路径依赖”视角下的企业持续成长模式的分析，基于“变异”视角下的企业持续成长模式的分析，基于“网络化”视角下的企业持续成长模式的分析，基于“组织变革”视角下的企业持续成长模式的分析，基于“控制权”理论对企业持续成长模式的分析。三是影响企业持续成长的因素分析，即技术创新和制度创新因素对企业持续成长的影响，企业家精神对企业持续成长的影响，企业文化对企业持续成长的影响以及控制权因素对企业持续成长的影响。

（一）如何理解企业的持续成长

黄群慧在《决定企业持续成长的竞争优势源泉》一章中认为，企业与其他组织的关键区别在于企业的竞争性，即企业的成长与发展是以市场竞争为基本前提的。市场竞争力决定了企业的生存与发展，而竞争力来自于企业的

竞争优势，这意味着企业能否持续成长决定于企业是否具有持久的竞争优势。对于持久性竞争优势的源泉问题，经济学和管理学研究者从不同的角度给出了各种不同的理论阐释，包括资源理论、能力理论、知识理论和创新理论等。黄群慧在这一章中探讨了这些不同的理论解释持久竞争优势源泉问题的内在一致性，从而进一步为企业持续成长奠定了理论基础，并进一步指出，企业资源理论强调资源，能力理论强调核心能力，知识理论强调组织学习，而创新理论强调企业家精神，这四种理论之间是存在内在一致性的。他指出，如果以“企业核心能力”概念为核心，综合企业资源理论、能力理论、知识理论和创新理论的基本观点，可以构建一个关于企业竞争力、竞争优势的分析框架，通过对这一分析框架的深入解读可以得出一个结论：企业家创新精神主导的组织学习是形成企业核心能力活的源泉，是保证企业竞争优势持久性的根本途径。企业家是否具有创新精神、能否有效地开展组织学习，最终决定了企业是否具有核心能力和持久的竞争优势，进而决定了企业能否持续成长。

企业成长始终处于动态环境之中，许晓明和陈啸在《基于动态环境的企业成长函数探析》一章中，将这一动态环境分为动态的外部生态环境和动态的内部生存条件。动态的外部生态环境包括了企业成长过程中的一切外部因素，包括外部的政治环境、经济环境、技术环境、人文环境等。动态的内部生态环境包括了企业成长过程中的所有自身因素，例如，内部的核心竞争力、人力资源配备、物质资源配备、管理团队的能力等等。基于对动态环境的分析，他们进一步将企业成长向量定义为：企业在整个生命周期过程的某一个时间点向下一个时间点发展的带有方向的单位成长轨迹，并按照企业成长过程中的起伏，将企业成长向量归纳为维持向量、渐进向量、激进向量和缩退向量四种。通过对动态的外部 and 内部生存条件的函数解析，以及达到均衡目标的条件的推导，他们提出了基于动态环境的企业成长函数，并且构建了一个由企业成长向量组成的企业成长路径图。

企业持续成长的内在机制是什么？一直是学者们普遍关注的问题。王晓光和沙彬从动态核心能力的角度对企业持续成长的机理进行了研究。在《基于动态核心能力的企业持续成长机理研究》一章中，他们以能力要素为基本的分析单元，论述了企业持续成长的内在规律，构建了企业持续成长生成机

理的理论框架，拓展了传统的企业能力理论。

（二）企业可持续成长的模式分析

探索企业实现持续成长的途径和模式，一直是学者们研究的焦点。吴照云、胡大立和洪晓星在《企业成长的路径依赖与克服》一章中，首先探讨了企业成长过程中呈现路径依赖的主要原因，然后分析企业成长的路径依赖的影响因素和作用机理，最后提出在企业成长中克服路径依赖的对策，帮助企业寻找更好的成长途径。他们认为在企业的成长中表现出强烈的路径依赖的特征，而路径依赖又具有正负双重效应。路径依赖的正效应有助于保持组织内部的一致性，更加便于协调企业员工的行为和认知，在这种情况下，不需要有意地采取措施来打破这种内外部的和谐。然而，路径依赖的负效应又会使组织陷入或锁定在一种死循环的状态中，形成路径锁定，阻碍企业的持续成长。因此，在企业成长过程中需要重视路径依赖的负效应。他们进一步指出要克服企业成长的路径依赖，一方面要在制度和技术层面做工作，另一方面要不断提高企业主体的认知能力，及时清除进化路途中的障碍，避免被锁定，推动组织朝着正反馈方向变化和发展。

张小宁认为企业持续成长有两种主要模式——“前变异”与“后变异”。他在《基于变异视角的企业持续成长模式》一章中，基于对生物生存机理理论的借鉴，提出了企业持续成长的两种主要模式——“前变异”与“后变异”的概念，他认为“前变异”是企业获取突破性技术的基本模式，“前变异”具有随机性和无指向性的特点。“后变异”是企业保持持续性技术的基本模式，是既有技术的寿命延长，“后变异”具有明确性和指向性的特点。企业在持续成长的过程中不是要在两者中取舍，而是要在两者中兼顾。他指出，企业正确的做法应该是，既要关注对于“收获”的管理，也要关注对于“萌芽”的管理。具体地说，就是企业对现有的持续性技术应该在分工合作和专业化基础上精益求精，争取得到最大收获；但同时也要重视“不务正业”和“个人兴趣”的发展，争取在这一非分工合作的过程中取得“前变异”，取得突破性技术。此外，在自行取得突破性技术无果的情况下，模仿与学习也是一种企业持续成长模式。

罗珉则是从“网络化”视角，分析了实现企业持续成长的模式。他在《基于网络视角的企业持续成长模式》一章中，认为随着新经济的出现，基于模块化技术的作用，资产专用性下降，垂直一体化企业被分解，全球价值链得到重构，跨组织大规模协作和组织间合作已经成为企业成长的重要形式，企业必须迅速地通过网络化创新来生产出创新的产品和服务，才能使他们的收益获得增长。在这一章中，他通过对于企业持续成长的动因和网络化创新战略的分析，进一步提出基于网络化创新实现企业的成长能够创造出独特的战略产业要素和核心竞争力，并认为网络化创新中价值创造的出发点和归属点是顾客，同时特别强调网络化创新的价值创造机制完全不同于传统企业成长理论的价值创造机制。

企业持续成长的过程也是组织不断变革的过程。面对外部环境的剧烈变化，传统的组织结构已经难以适应现代快速发展的市场变化，企业要想实现可持续发展必须改变传统的组织形式。姚丹林在《创建高信任组织与企业持续成长》一章中认为，只有建立在信任关系基础上的，以文化为纽带、以价值观为核心、以激励和授权为手段的高信任组织才能实现可持续成长。并指出要想创建高信任组织，实现企业的可持续发展，必须从以下几方面着手：实行柔性化管理，推动团队合作；重视员工招聘，选择合适的人到合适的岗位上；加强学习，培训和发展员工的素质、技能；实行目标管理，充分信任，有效授权；重视员工与客户需求，公平公正地进行决策；加强人际沟通和管理沟通，贯彻执行企业价值观和发展目标。在企业组织的变革过程中，必然会涉及到控制权配置的变化。郭媛媛在《民营企业成长过程中的控制权配置研究》一章中，通过深入分析民营企业成长的不同阶段，其所有权结构、企业制度和经营者团队的不同特征以及这些因素对民营企业控制权配置的影响，揭示了民营企业成长过程中企业控制权配置的演变过程。

（三）影响企业可持续成长的因素

影响企业持续成长的因素有很多，技术创新和制度创新作为影响企业持续成长的最重要因素已经得到了研究者的认同。但是，关于技术创新与制度创新的协同对企业持续成长的影响的研究却是模糊的。徐向艺和徐英吉在

《技术和制度创新与企业持续成长性研究》一章中，正是从这一个角度来研究技术创新和制度创新之间的协同对企业可持续成长的影响。他们根据企业的技术创新投入、制度创新的投入和二者的协同程度构建了一个企业持续成长的模型，分析了最优的技术创新和制度创新投入及创新协同情况。他们认为，企业的持续成长不仅仅取决于企业的技术创新投入和制度创新投入的多寡，更取决于技术创新与制度创新的协同程度。只有进行了足够的技术创新投入和制度创新投入并且实现了两者高度的协同程度，企业的持续成长性才会最好。

企业家是影响企业持续成长的重要因素。王成和刘莉在《企业家精神与中国中小企业持续成长关系》一章中，分析了企业家精神对中小企业持续成长的作用。他们认为企业家精神是中小企业可持续成长的关键资源，并通过对企业家精神特性及其与企业核心竞争力关系的阐释，提出了一个企业家精神的作用机理模型，探究了企业家精神对中小企业可持续成长的重要作用。并且针对我国企业家精神的现状，提出了一些关于培育和提升中国企业家精神，促进中小企业持续成长的策略。孙俊华和陈传明在《企业家社会资本与公司绩效关系》一章中，从企业家关系网络特征和网络资源动员能力两个维度界定企业家社会资本，并将此概念转化为四个指标来进行测量。基于332家中国制造业上市公司样本的实证研究，验证了企业家社会资本对公司绩效存在着显著影响的假设。具体而言，企业家的纵向关系网络和政治身份对五种企业绩效具有负面的影响，这与部分实证结果一致，主要由于中国市场化取得了巨大进展削弱了企业对政府的依赖所致。企业家的横向关系网络和企业家的声誉表现出对公司绩效的正面提升作用，尤其是在提高企业的绩效质量方面。企业家的个人特质也表现出对公司绩效的正面影响。

现代企业的科学发展观是可持续的发展观，企业的持续成长又是企业可持续发展的重要组成部分。而企业文化是企业生存发展的内在强大支柱，是一个企业的灵魂，因此，企业持续成长需要文化为基础。刘光明在《企业持续成长的文化基础》一章中，具体分析企业文化对企业持续成长的基础作用，他认为，企业文化通过三个途径为企业创造价值：一是企业文化减少了员工的信息处理要求，允许个人更好地把注意力集中于他们日常的工作；二是企业文化补充了正式的控制制度，减少了监督个人的成本；三是企业文化